

5. *Пушкарева Н. Л.* Гендерные исследования: рождение, становление, методы, перспективы // *Вопр. психологии.* 2001. № 1. С. 58–62
6. *Рябов О. В.* Национальная идентичность: гендерный аспект. Иваново, 2000.
7. *Хоткина З.* Гендерные исследования в России – 10 лет // *Общественные науки и современность.* 2000. № 4. С. 5–9.
8. *Этнические стереотипы мужского и женского поведения.* СПб., 1991.

Ф. С. Исмагилова

ЭКОНОМИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОДХОДА

Конкурентоспособность в ее распространенном понимании интерпретируется порою как умение использовать прежде всего сиюминутные выгоды. Однако, форма поведения по типу «здесь и теперь» не всегда обеспечивает конкурентные преимущества. Напротив, иногда просто необходимо уметь сделать шаг назад, обеспечивая себе конкурентные преимущества на завтрашний день.

Типы решений, которые принимает человек или организация, могут быть представлены тремя вариантами: администрирование, управление и стратегия.

Администрирование строится согласно логике соответствия и означает применение инструкций, обеспечение соответствия нормам и требованиям.

Управление соответствует логике адаптации и оптимизации и означает ориентацию на цели, направляющие ежедневную деятельность, реализацию программно-целевого подхода.

Стратегия строится на логике опережения и предвидения и означает долгосрочный выбор направления развития, определение четких критериев эффективности выбранной ориентации, предвосхищение динамичных условий реализации, определение приоритетов.

При стратегическом подходе речь идет о долгосрочной, проблемно-ориентированной программе с четко обозначенной приоритетностью целей. Стратегический подход ориентирован в первую очередь на преодоление определенных трудностей и достижение слабо структурированных на начальном этапе целей, так что, по существу на переднем плане стоит анализ и поиск решения поставленных задач, и вследствие этого точно обозначенные сроки играют подчиненную роль. Такой подход в особой мере ориентирован и зависит от экзогенных (внешних) факторов (например, от общеэкономического, технологического, социального развития среды).

Конкурентными преимуществами человека становятся сегодня его установки и ценностные ориентации на а) личностный рост и профессиональное развитие; б) включенность в рыночную среду и участие

в рыночных отношениях; в) подготовленность к кросс-культурным коммуникациям.

Фактором снижения конкурентоспособности человека становится доминирование в его сознании установок и ценностей, ориентированных на региональный или профессиональный менталитет (так называемое, «тоннельное» мышление). Такой тип мышления ориентирует на краткосрочное получение выгоды, пренебрегая практически любой возможностью улучшить ситуацию, если такая возможность не позволяет получить сиюминутную выгоду, а ориентирует субъекта на отсроченный по времени результат.

Пример: «Почти 90% отечественных добывающих судов осуществляют лишь процесс первичной самой простой рыбообработки. Затем рыбу морозят, продают оптом в Китай, Республику Корея по цене примерно 900 долларов за тонну. В этих странах минтай поступает на береговые заводы по его обработке. Превратив в филе, продукцию уже по цене 1500-1600 долларов за тонну отправляют в США, Германию, Норвегию, где тоже построили заводы по переработке российского минтая. Там режут на кусочки, укладывают в коробочки. Цена такого деликатеса – примерно 2,5 тысячи долларов за тонну. Высококачественная, не сильно перемороженная продукция идет в страны Западной Европы, а некондиция, в основном, из Германии, с заводов города Бременхафен, возвращается в Россию. Ее продают в наших супермаркетах по цене в 3-4 раза превышающей ту, за которую она была отдана российскими рыбаками. Таким образом, на наших ресурсах зарабатывают все, кроме федерального бюджета» (Резник Б., 2002).

В виду высокой неопределенности деловой среды стратегический тип мышления становится важным фактором конкурентного преимущества специалиста независимо от профессионального поля, в котором он действует. Построение стратегии требует не только сбора и тщательного анализа всей необходимой для этого информации, но также предполагает высокую сензитивность разработчиков стратегии ко многим признакам изменения среды. И в этом русле лежит ***проблема оценки и развития сензитивности к значимым признакам среды.***

Проблема усугубляется фактором оппортунизма в поведении и тем, что классическая рациональность индивидов не существует в реальном мире, что подтверждается экономико-психологическими исследованиями. Для психологов рациональное рассуждение – только один из моментов процесса принятия решения, поскольку на него влияют различные психологические стереотипы (в частности, ментальность), привычки, эмоции. Кроме того, при движении к цели человек может получить удовлетворение не от одной потребности (осознаваемой как цель), а

и от нескольких других потребностей, ценность которых воспринимается как равная или сравнимая с целевой.

В итоге принятое решение может быть не обязательно максимально выгодным, так как существует так называемый “экономический альтруизм”, самой распространённой формой которого является благотворительность. Также на принцип максимизации выгоды разрушительным образом влияют эффект насыщения и особенности коллективного действия и влияния.

Рациональность в поведении – это редкость, её даже можно отнести к области случайного, в отличие от нерационального поведения, проявлениями которого выступают оппортунизм и “экономический альтруизм”.

Несмотря на то, что с точки зрения экономической теории, а конкретнее в рамках неоинституционализма, проблема оппортунизма в экономическом поведении разработана детально на уровне поведения человека в организации, рассмотрение вопроса с точки зрения экономической психологии актуально, поскольку она рассматривает оппортунизм в поведении на другом уровне, на уровне межличностных взаимоотношений (то есть более конкретно).

В конечном счёте, и с точки зрения неоинституционализма и с точки зрения экономической психологии причинами появления оппортунизма являются факторы, оказывающие влияние на процесс принятия решений и могущие быть как внешними, например, неполнота информации, так и внутренними, то есть связанными с личностью конкретного индивида, его опытом, сформировавшейся системой ценностей, воспитанием, интеллектуальными возможностями.

Профессиональный интеллект постепенно вбирает в себя все больше ориентации на принцип природосообразности, который в определенной степени аналогичен здравому смыслу. Отсюда такое возрастающее доверие к высокому уровню общего интеллекта как основе высокого профессионализма. Это связано с постепенным расширением представления профессионала о границах собственного «моего» пространства. Границы функционирования человека как профессионала, а следовательно, и допустимая зона поиска и принятия решения, становятся шире. Конкурентные преимущества за счет расширения зоны поиска решений становятся все очевиднее. Однако, стереотипное поведение, основанное на инициативном сужении области поиска и принятия решений, сегодня вопреки объективным требованиям остается предпочтительным для многих работников и даже менеджеров в силу стереотипов и высокой потребности в безопасности. Проблема может быть заявлена в двух аспектах: *проблема соответствия - несоответствия границ функционирования и допустимой зоны поиска и принятия ре-*

шения, проблема расширения границ функционирования профессионала.

Идти, пребывать в динамике, то есть постоянно двигаться в унисон среде, а сегодня даже, по возможности, опережать изменения среды, предвидя эти изменения, – важное конкурентное преимущество.

Попытка объяснения любых проблем в области стратегий управления неизбежно выводит предмет обсуждения за рамки экономической науки и переводит его в область этики, права, традиций, культуры и менталитета того или иного общества. Трансформация такого масштаба, которая сейчас происходит в России – это не трансформация экономики, а трансформация типа мышления людей, трансформация их культуры. В то же время любая такая трансформация осуществляется людьми со сложившейся у них системой ценностей, правил и норм поведения, традиций и обычаев хозяйствования, которые не могут быть объектом произвольного реконструирования.

Признавая ценности как основание для формулировки целей деятельности или целей развития, следует признать, что люди, в течение десятилетий работавшие исключительно над реализацией сформулированных для них кем-то наверху целей и задач, сами будут испытывать колоссальные затруднения в формулировке и постановке целей для себя и других людей, исходя из ориентации на рынок. «Единственное, что они могут, – это отрефлексировать личные интересы, что не без успеха и делают» [2].

Традиционное учение об экономике производства исходит из представления о том, что целеобразование сосредоточено в единственном волевом центре. Цели предпринимательства определяются единолично предпринимателем, либо лицом, которое авторитарно выступает руководителем, возглавляющим группу лиц. Формирование целей понимается как межличностный процесс, которым наука об экономике производства непосредственно не интересуется. Под предпринимательством при этом понимается совокупность принимаемых решений (оперативных и стратегических), в которой кроме лиц, определяющих цели, все остальные участники являются пассивными или безвольными инструментами, полностью идентифицирующимися с целями предпринимательства (замыслом).

В новой экономической теории предприятия формирование цели более не рассматривается как единоличное волевое явление, а трактуется как многослойный мультиперсональный процесс, на который влияют многочисленные носители решений. Формулирование цели понимается вследствие этого как интерперсональный процесс принятия решений, которому наука об организации производства отводит центральное место [3].

Отсюда такой повышенный интерес к феноменам командной работы. Но при этом появляются проблемы и собственно социально-психологического плана, связанные с широко известными неблагоприятными феноменами процессов группового принятия решения: завышение значимости и вероятности желательного результата и занижение вероятности нежелательного (феномен Ф.Ирвина), большая рискованность групповых решений по сравнению с индивидуальными (феномен Р.Стоунера), групповое мышление (феномен Д.Яниса) и другие. Одним из таких феноменов выступает «ослепление решением», когда при ранжировании инициатив происходит сдвиг цели на средство, и вместо постановки конкретных целей с конкретными ответственными лицами группа остается на уровне принятия высших целей, не делая следующего шага – операционализации высшей цели.

Вместе с тем, известно, что высшие цели в сфере любого управления часто отличаются высокой степенью абстракции. В таком случае они малооперационны и имеют скорее характер ориентиров. Только выведенные отсюда конкретные цели имеют высокую степень операционности. Цель является операционной, если содержание цели описано однозначно, так что достижение цели может быть проверено в количественном, качественном, а также временном отношении. При этом операционные цели должны быть целями действия, то есть они должны давать возможность лицам, принимающим решения и воплощающим их, осуществлять поставленные цели своими практическими действиями и контролировать достижение цели.

Если высшие стратегические цели и могут быть сформулированы в терминах «процесса» (обозначая общее направление), то операциональные цели обязательно должны быть фиксированы в терминах «продукта».

Наиболее сильным выражением конкуренции целей является антиномия целей. При антиномии целей достижение одной цели полностью исключает возможность достижения другой цели. Целевые антиномии возникают в организациях не только на почве противоречащих друг другу целевых установок, но также и при бескомпромиссности по отношению к желаемому объему результатов. Конкуренция целей и их противоречия приводят в организациях к возникновению конфликтов целей.

Инструментом преодоления конфликта целей, а также инструментом взаимосогласования целей, их взаимоувязывания и выстраивания в определенную иерархию выступает стратегия [3].

Если раньше стратегии развития социальной среды организации определялись целями и задачами общества, а отнюдь не задачами производства продукции, то теперь они должны стать производным от об-

щей стратегии развития предприятия. Однако сегодня можно наблюдать иную ситуацию. Например, все признают, что квалификация персонала неудержимо падает. При этом мало кто готов предложить, поддержать и внедрить в организации стратегический план профессионального развития персонала, в котором было бы представлено, кто должен этим заниматься и нести за это ответственность, что должно быть приоритетным направлением и из каких источников финансироваться, как будет меняться уровень квалификации персонала в ближайшее время.

Продолжением этой проблемы конфликта (антиномии) стратегических целей и замыслов является проблема сохранения равновесия, баланса целей и интересов субъектов, реализующих эти цели и стратегические замыслы. Конфликты между индивидуальными и групповыми целями могут регулироваться в процессе переговоров, в частности, о «компенсационных выплатах» (стимулах), которые уравнивают ожидаемый «трудовой вклад». Процесс целеобразования в этом случае может рассматриваться как переговорный процесс, в ходе которого разрешаются существующие конфликты. Принято считать, что коалиция находится в равновесии до тех пор, пока требования участников выполняются. Они начинают пытаться оказывать большее влияние на процесс образования целей или при определенных обстоятельствах покидают предприятие, если соотношение между предложенными компенсационными выплатами и обязательствами становится неприемлемым для участников коалиции.

Данная интерпретация была бы абсолютно справедливой и достаточной, если бы речь не шла о такой живой динамичной системе, какой является человек, и если бы его система потребностей, ценностей и целей не пребывала бы в постоянной динамике в зависимости от возраста, социального окружения, удовлетворенности потребностей и проч. Конфликт целей часто оказывается неожиданным для обеих сторон именно в силу того, что упускается из виду *проблема постоянства изменений в жизненных целях человека*.

Это неудивительно, поскольку такую же ошибку лишь сравнительно недавно преодолела сама психологическая наука, которая долгое время была сосредоточена лишь на изменениях детского и старческого возраста. Лишь в последние десятилетия всерьез стали изучать возрастную динамику зрелости, нормативные кризисы зрелого возраста, закономерности смены жизненных целей, ориентиров и стратегий развития личности.

В результате отечественные психологи вышли на закономерную смену в развитии человека периодов сохранения и нарушения баланса между операционально-технической и мотивационно-потребностной сферами [1]. Современная психология изучает и предлагает пути эффек-

тивного использования и развития внутреннего ресурса: личностного, интеллектуального и поведенческого потенциала человека.

Открытой для решения остается *проблема ценностного осмысления трудовой деятельности*. В огромном множестве учебников и монографий добросовестно пересказываются десятки мотивационных концепций. Все они рассматривают мотивацию как совокупность внутренних (личностные диспозиции) и внешних (стимулы) побудителей человека к деятельности, которые задают ее цели, границы, формы и направленность. Однако, созданные в конкретных социально-экономических условиях Запада, все эти концепции встроены в определенный социокультурный аспект, в котором собственно происходят экономические процессы. Попытки осуществления теоретически обоснованных преобразований на российских предприятиях подчас приводят к прямо противоположным результатам.

Коммунистическая мифология о труде на пользу общества вычеркнута из сознания, не сработала идеологема «мы хозяева предприятия и работаем на себя», утрачена связь между произведенным продуктом, имиджем предприятия и самоидентификацией работника. Важнейшей ценностью становятся деньги и уверенность в сохранении своего рабочего места. Все это отнюдь не благоприятствует развитию мотивации, которая порождала бы стратегическое поведение и стратегическое мышление работника. Проблемы профессионального развития, личностного роста, карьеры, выбора и расстановки приоритетов в планировании своего профессионально-трудового будущего до сих пор не стали актуальными для большинства работающих россиян.

Эффективная политика предприятия по отношению к своему персоналу является производной от его стратегии на рынке, а с другой стороны, от системы базовых ценностей владельцев предприятий и самого персонала.

До тех пор, пока в обществе не появится система устойчивых профессионально-трудовых ценностей, комплекс *проблем стратегического развития социальной среды* при всей своей болезненной актуальности не будет ставиться и решаться.

Современная практика все больше склоняется к позиции: чисто экономический подход к решению проблемы часто оказывается несостоятельным. Поэтому взаимопроникновение наук, их интеграция в решении сложных проблем современности стали настоятельной необходимостью. В связи с этим вырастает для российского общества и ценность экономико-психологического знания.

Становится все более очевидным, что экономисты, учитывающие в своих исследованиях и разработках особенности поведения, менталитета и ценностей определенной социальной среды, способны к выработ-

ке более адекватных реальности и следовательно более эффективных решений.

При всей актуальности экономической психологии круг ее проблем до сих пор для российской науки и практики остается неопределенным, равно как и область применения, критерии эффективности, методы исследования.

Нами представлен лишь один из возможных методологических подходов к определению проблемного поля, ключевых понятий и критериев эффективности разработок в области экономической психологии. Получивший широкое распространение в российской науке социокультурный подход в экономической психологии существенно обогащает набор подходов, дополняя такие устоявшиеся западные подходы как бихевиористский и когнитивный. В основе развиваемого в данной работе подхода лежит категориальный аппарат стратегий развития конкурентоспособности. Развитие данного подхода предполагает, что в скором времени будут определены и представлены как логическое продолжение методологических проблем методологические основы экономической психологии с позиций предлагаемого нами подхода. До тех пор, пока не будет в достаточной степени определена экономикопсихологическая сущность конкурентоспособности и конкурентных преимуществ, пока не будут предложены практико-ориентированные направления и методы их создания и развития применительно к конкретной социальной среде, стратегия создания конкурентоспособности среды будет оставаться алгоритмически неразрешимой задачей.

Вместе с тем, как показал представленный выше анализ, в науке имеется достаточно оснований для преобразования этой задачи из алгоритмически неразрешимой в алгоритмически разрешенную с тем, чтобы постепенно разрешить ее с учетом особенностей социальной среды, создаваемой развивающимися рыночными отношениями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Абульханова-Славская К.* Стратегия жизни. М.: Наука, 1993.
2. *Слободской А., Клементовичус Я., Бартоли М.* Экономические трансформации и управление человеческими ресурсами. Россия /Франция. Версия на рус. яз. Гренобль, 1999.
3. *Хентце И. Метцнер И.* Теория управления кадрами в рыночной экономике. М.: «Международные отношения», 1997.